

Кафедра менаџмента и туризма

Утверждаю
проректор по учебной работе
 М.В. Довыдова
«07» мая 2024 г.

Б1.О.04.01 Исследование и мониторинг рынка туристских услуг

Направление подготовки 43.03.02. Туризм

Профиль подготовки Туристический бизнес

Квалификация	бакалавр
--------------	----------

Форма обучения: заочная

Составитель: к.э.н., доцент
кафедры менеджмента и туризма

Е.Н. Бавыкина

РЕКОМЕНДОВАНА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры менеджмента и туризма (протокол № 6 от 01.03.24)

Заведующий кафедрой



Н.В. Виноцкая

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 44.03.02 Туризм (утвержден 22 февраля 2018 г. № 125).

Цель: формирование твердых теоретических знаний о процессах и явлениях, происходящих в процессе производства, формирования, обмена и потребления туристских продуктов и услуг на туристском рынке, а также практических навыков в сфере экономических отношений на туристском рынке.

Основные задачи дисциплины: вооружить студентов теоретическими знаниями и практическими навыками необходимыми для:

- обзора отрасли экономики туризма как элемента системы национального хозяйства; структуры и организационно-экономических процессов на туристском рынке; особенностей спроса на туристском рынке; экономических закономерностей функционирования и развития туристского рынка;
- формирования знаний об условиях формирования туристского рынка; условиях функционирования туристского рынка; показателях темпов и факторах развития туристского рынка; основных принципах обеспечения устойчивого функционирования и развития туристского рынка;
- подготовки к самостоятельной работе с современной экономической литературой по соответствующим разделам экономики туристского рынка, а также к исследовательской работе по тематике курса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Исследование и мониторинг рынка туристских услуг» относится к Модулю дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности. Для освоения дисциплины «Исследование и мониторинг рынка туристских услуг» студенты используют знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения предметов «Сервисная деятельность», «Инфраструктура туризма и гостеприимство», «Организация туристской деятельности», «Бизнес-планирование в туристской отрасли» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ПК-2 Способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные концепции туристической деятельности;
- определение основных понятий и терминов в области экономики туризма;
- формы организации туристической деятельности;
- структуру туристического хозяйства;
- эволюцию мировых туристических связей;
- особенности и своеобразие основных туристических районов мира;
- основные мировые и региональные туристические организации.

Уметь:

- ориентироваться в специальной терминологии;
- объяснять закономерности функционирования туристического рынка;

- проводить сопряженный анализ статистических данных в области туристической деятельности;
- анализировать информацию о сервисной и туристической деятельности, полученную из различных источников (СМИ, Интернет и т.д.)
- приводить примеры отрицательного и положительного опыта в организации туристического хозяйства;

Владеть:

- современными методами мониторинга рынка туристских услуг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		2	3
Аудиторные занятия (всего)	22	4	18
В том числе:			
Лекции (Л)	8	2	6
Практические занятия (ПЗ)	14	2	12
Лабораторные работы (ЛР)			
КСР			
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	194	32	162
В том числе:			
Подготовка к семинарским и практическим занятиям	156	28	128
Подготовка к зачету	8	4	4
Подготовка и прохождение тестирования [<i>вариативный дополнительный модуль рейтинговой системы в составе промежуточной аттестации</i>].	30		30
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен) (<i>рейтинговая система</i>).	Зачёт, экзамен	зачёт	Экзамен
Общая трудоемкость, час	216	36	180
Зачётные единицы	6	1	5

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Содержание разделов (модулей) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Содержание
1.	Введение в экономику туристского рынка.	Определение экономики как науки применительно к туризму. Формы организации общественного развития и трансформация туристского обслуживания. Структурные аспекты изучения экономики туризма. Туризм как отрасль экономики и отраслевая классификация Структура единого народнохозяйственного комплекса. Общие понятия о классификации отраслей. Кодирование товаров и услуг. Межотраслевой баланс (МОБ) как важный раздел современной системы национальных счетов (СНС).

		Межотраслевой баланс один из важнейших видов балансовых моделей.
2	Индустрия туризма и определение ее конъюнктуры	Экономическая сущность туризма и его материальнотехническая база. Формы организации туризма. Особенности развития и роль аграрного туризма в структуре региональной экономики. Определение конъюнктуры туристского рынка. Туризм как экономическое явление. Туризм как агрегированная отрасль экономики. Предмет экономики туризма. Стадии жизненного цикла отрасли. Экономическая деятельность в сфере туризма. Факторы производства и их значение для туристской сферы деятельности. Земля как фактор производства в туристской деятельности. Заработная плата как факторный доход в туристской деятельности. Сущность капитала и экономическая природа процента. Предпринимательство и информация как дополнительные факторы производства. Концепция экономики туризма. Секторы экономики. Туризм внутри третичного сектора. Туризм и внутренний валовой продукт. Туризм и сбалансированность платёжного баланса. Туризм и занятость. Туризм и рынок. Спрос и предложение. Потребление туристического продукта. Экономический эффект туризма. Каналы распределения в индустрии туризма. Маркетинг и реклама в туризме. Туристский рынок (рынок туристских услуг). Функции туристского рынка. Структура туристского рынка. Признаки туристского рынка.
3	Экономическая сущность результата деятельности отрасли туризма	Специализация производства в отрасли туризма как эффективная форма общественного разделения труда. Виды, направления и формы специализации. Система показателей специализации. Экономическая сущность кооперации. Классификация кооперирования. Показатели уровня кооперирования. Эффекты от специализации и кооперации. Экономическая сущность концентрации. Виды, направления и формы концентрации в отрасли туризма. Показатели концентрации производства. Эффект от концентрации

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Семин.	Практ.	СРС	ИФО	Всего
1.	Введение в экономику туристского рынка.	2		4	60	Лекция проблемного характера	66
2.	Индустрия туризма и определение ее конъюнктуры	2		4	60	Кейс	66
3.	Экономическая сущность	4		6	74	-	84

	результата деятельности отрасли туризма						
	Итого	8		14	194		216

6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

не предусмотрен учебным планом

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ)

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 158 с.

3. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / А. П. Дурович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 311 с.

б). Дополнительная литература:

3. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100400.62 "Туризм" / А. О. Овчаров. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 176 с.

4. Черевичко, Т. В. Экономика туризма [Текст] : учебное пособие для вузов / Т. В. Черевичко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 264 с

в) программное обеспечение

1. Работа на компьютерах проводится с использованием лицензионных версий операционной системы Microsoft Windows XPProf.

2. Для работы в библиотеке используется общеузовское лицензионное программное обеспечение – «Ирбис-64», в состав которого входят АРМ «Каталогизатор», АРМ «Читатель», АРМ «Администратор», АРМ «Комплектатор», Web-Ирбис (CZ39.50).

3. Презентации и проекты выполняются студентами с использованием лицензионного программного обеспечения Microsoft Office 2003 Prof.

4. Для компьютерного контроля и диагностики студентов используется лицензионная программа АУП (Шахты).

5. Компьютерные сети и программы защищены лицензионным программным обеспечением Kaspersky Total Sp S Russian Edition.

6. Работа с текстом производится при помощи сканера Fine Reader.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Национальный цифровой ресурс Руконт. Режим доступа [<http://www.rucont.ru/>]. 2.

Университетская библиотека он-лайн. Режим доступа [<http://www.biblioclub.ru/>]. 6)

интернет-ресурсы 1. <http://www.4p.ru> 2. <http://marketing.com.ru>

д) Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Бавыкина, Е.Н. Методические рекомендации для практических и самостоятельных работ обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм [Текст] : методические рекомендации /Е.Н. Бавыкина; Алт. гос. гуман.-педагог. ун-т. – Бийск: Изд-во Алт. гос. гуман.-педагогич. ун-т., 2020. – 11 с. (http://www2.bigpi.biysk.ru/library/viewpage.php?page_id=25)

2. Организация самостоятельной работы студентов в учреждении высшего образования [Текст]: методические рекомендации / Сост. Е.Б. Манузина, Е.Э. Норина; Алтайская гос. Академия обр-я им. В.М. Шукшина. – Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2014. – 84 с.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения практических занятий:

Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью, с компьютерами, оснащенными комплектом лицензированного программного обеспечения (лицензионное программное обеспечение: Windows XP, Office2003, Иrbис; Свободно распространяемое программное обеспечение: 7Zip, Adobe Flash Player, Google Chrome, VLC media Player), мультимедиа проектор, экран для представления учебной информации большой аудитории обучающихся.

Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций:

Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью, с компьютерами, оснащенными комплектом лицензированного программного обеспечения (лицензионное программное обеспечение: Windows XP, Office2003, Иrbис; Свободно распространяемое программное обеспечение: 7Zip, Adobe Flash Player, Google Chrome, VLC media Player), мультимедиа проектор, экран для представления учебной информации большой аудитории обучающихся.

Учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации:

Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью, с компьютерами, оснащенными комплектом лицензированного программного обеспечения (лицензионное программное обеспечение: Windows XP, Office2003, Иrbис; Свободно распространяемое программное обеспечение: 7Zip, Adobe Flash Player, Google Chrome, VLC media Player) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Помещения для самостоятельной работы:

Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью, с компьютерами, оснащенными комплектом лицензированного программного обеспечения (лицензионное программное обеспечение: Windows XP, Office2003, Иrbис; Свободно распространяемое программное обеспечение: 7Zip, Adobe Flash Player, Google Chrome, VLC media Player) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Читальный зал, оснащенный автоматизированными и обычными рабочими местами, с компьютерами, оснащенными комплектом лицензированного программного обеспечения (Лицензионное программное обеспечение: Windows XP, Office2003, Kaspersky. Свободно распространяемое программное обеспечение: Google Chrome, 7Zip), копировальной машиной, принтерами, сканерами, с наличием автоматизированных рабочих мест для пользователей с проблемами зрения: специальное программное обеспечение, тифлофлешплееры, электронная лупа, читающая машина. Для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ специализированные сервисы и информационные ресурсы при помощи программно-аппаратных комплексов:

- тифло-флеш-плееров Victor Reader Stream с удобной системой навигации;
- АРМ с проводными гарнитурами Jabra UC VOICE 550 Duo и Windows-приложением для преобразования речи в текст VOCO. Professional;
- электронного видео-увеличителя Ruby.;
- сканирующего и читающего устройства Eye-Pal Vision;
- специализированного программного обеспечения Easy Converter для создания цифровых говорящих книг в формате DAIZY.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Особенностью построения программы является модульный принцип. Каждый отдельно взятый модуль направлен на обучение студентов по базовым дисциплинам в совокупности. Тематическое планирование, темы практических и семинарских занятий, вопросы к зачету тесно взаимосвязаны между отдельными блоками данного модуля, дополняя друг друга и позволяя студентам на практике осознавать интегративную модель обучения.

Компетентностные задачи, решаемые модулями дисциплины, предполагают широкое использование современных образовательных технологий, направленных на активизацию познавательной активности студентов, формирование готовности к творческой деятельности, способности выбирать и использовать оптимальные приемы и методы обучения в предметно-практической деятельности.

Построение процесса обучения в рамках модулей базируется на характерных особенностях составляющих его учебных дисциплин – деятельности и творческой активности учащихся, что способствует формированию не только профессиональных знаний, умений и навыков, но и позволяет студентам постепенно овладеть творческим отношением к действительности, научиться избегать стереотипов, приобщиться к самостоятельной деятельности, а также успешно применять полученные знания на практике.

Обучение строится с учетом освоения конкретных технологических операций в ходе подготовки к практическим, семинарским занятиям и т.д. Виды практической деятельности построены на основе комплексного, интегрального изучения материала, проявления учащимися творческой инициативы и самостоятельности.

Развитие студентов происходит в единстве формирования у них теоретических знаний и практических умений в конкретной области.

Материал курса рекомендуется рассматривать в определённой логической последовательности. В начале изучения необходимо определить цель и задачи, предметную область дисциплины, основные понятия.

Курс дисциплины предполагает следующие формы работы: лекции, практические, лабораторные и самостоятельные задания. В начале курса студент знакомится с предлагаемой преподавателем технологической картой и разрабатывает план работы. В рамках курса предусмотрены различные формы интерактивных лекционных и практических занятий: лекции проблемного характера, лекции - визуализации, практические работы - исследования. Объём занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет 20% от всего объёма аудиторных занятий по дисциплине.

Особое значение уделяется подготовке и проведению практических работ, в ходе которых рекомендуется использовать учебно-методические пособия, а также наглядный материал. Большое внимание отводится региональному компоненту, позволяющему более детально оценить состояние проблем.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью учебного процесса. Она запланирована и структурирована таким образом, чтобы студент при подготовке к занятиям наиболее эффективно осваивал теоретический материал и получал системные знания по курсу.

Количество времени, запланированное на самостоятельную работу, рассчитывалось, с одной стороны, исходя из норм, отраженных в Государственном стандарте и учебном плане, а с другой – с опорой на сложившуюся систему подготовки по курсу. Если студент посещает лекционные и практические занятия, то самостоятельная работа не займет много времени. В случае пропусков или неэффективной работы в аудитории самостоятельная работа займет гораздо больше времени.

На лекционных занятиях рекомендуется активно слушать, конспектировать лекции, делать пометки на полях конспекта, задавать вопросы лектору и активно отвечать на поставленные вопросы. При подготовке к лекции необходимо освежить в памяти содержание предыдущих лекций, подготовить вопросы. После лекции следует прочитать собственный конспект, если возникают вопросы, то можно с ними обратиться к преподавателю и/или ознакомиться с вариантами изложения данной темы в учебниках и учебных пособиях, научной литературе по курсу.

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется внимательно ознакомиться с планом практического занятия, ответить на заданные вопросы. Ответ должен быть полным и аргументированным. Рекомендуется прочитать лекцию по теме, ознакомиться с изложением материала в учебнике и научной литературе, сделать для себя необходимые выписки. Встречающуюся терминологию необходимо истолковать с опорой на словари и справочники, учебные и научные источники. Приветствуется использование Интернет-ресурсов. Необходимо указывать источник цитирования, автора. Для Интернет-ресурсов – адрес (URL). При подготовке развернутого ответа рекомендуется составить план, включить туда цитаты, основные мысли, свои собственные наблюдения, оценки, интерпретацию. При работе с текстом, рекомендованным для анализа, в первую очередь, необходимо его прочитать минимум 2–3 раза, попытаться осмыслить и понять его содержание.

При выполнении творческих работ с предлагаемым текстом – сначала несколько раз прочитать его, проанализировать, найти своеобразие, определить параметры необходимых исправлений. Редактировать текст следует так, чтобы максимально сохранить авторский стиль, проблематику. При трансформации текста, напротив, следует проявить собственную индивидуальность.

При работе с Интернет-ресурсами обращайте внимание на источник: оригинальный авторский материал, реферативное сообщение по материалам других публикаций, студенческая учебная работа (реферат, курсовая, дипломная и др.). Оригинальные авторские материалы, как правило, публикуются на специализированных тематических сайтах или в библиотеках, где указывается автор, его данные. Выполнены такие работы обычно последовательно в научном или научно-популярном стиле. Это могут быть научные статьи, тезисы, учебники, монографии, диссертации, тексты лекций и т.д. На основе таких работ на некоторых сайтах размещаются рефераты или обзоры. Обычно они не имеют автора, редко указываются источники реферирования. Сами сайты посвящены разнообразной тематике. К таким работам стоит относиться критически, как и к сайтам, где размещаются студенческие работы. Качество этих работ зачастую не выдерживает критики, поэтому сначала подумайте, оцените ресурс, а уже потом им пользуйтесь. В остальном с Интернет-источниками можно работать как с обычной печатной литературой. Интернет – это еще и огромная библиотека, где вы можете найти много текстов, посвященных рассмотрению различных концепций современного естествознания. В Интернете огромное количество словарей и энциклопедий, использование которых приветствуется.

При подготовке к форме промежуточного контроля рационально используйте время. Сначала ознакомьтесь с материалами курса в целом, поскольку только исходя из целого можно понять его части. Читайте учебники и научную литературу. Чаще обращайтесь к справочной литературе. При подготовке ответа на вопрос сначала составьте план. Помните, что ваш ответ – это текст, который должен быть построен с учетом всех требований, предъявляемых к научному изложению. Не старайтесь всё выучить наизусть – это невозможно. Лучше поймите суть темы, излагайте ее собственными словами. Иллюстрируйте теоретические положения собственными наблюдениями и примерами из жизненного опыта.

Оценка уровня приобретённых знаний осуществляется преподавателем по балльно-рейтинговой системе. Технологическая карта определяет объём работы в течение

семестра, при полном выполнении которой студент получает до 100 баллов. Преподаватель может применять поощрительные баллы за хорошую подготовку доклада и качество выполненной работы, а так же штрафные баллы за пропуски занятий, просроченные выполненные работы. В конце семестра подсчитывается в балах общий рейтинг успеваемости студента. В случае успешной работы (более 80 баллов) студент досрочно получает зачет. Если студент набирает от 60 до 80 баллов, он допускается к сдаче зачета. Студент, набравший в течение семестра менее 60 баллов, должен пройти контрольное тестирование и в случае получения 80 баллов (70% правильных ответов) допускается к сдаче экзамена.

10.1. Примерные вопросы к зачету

1. Социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Специфика маркетинга туристских услуг.
3. Сущность и содержание маркетинга в туризме.
4. Классификация маркетинговой информации.
5. Система внутренней маркетинговой информации туристической фирмы.
6. Система внешней маркетинговой информации туристической фирмы.
7. Система сбора первичной маркетинговой информации.
8. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.
9. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.
10. Система анализа маркетинговой информации.
11. Среда маркетинга: понятие, основные составляющие.
12. Анализ внутренней среды туристской организации.
13. Изучение внешней среды туристской организации.
14. Туристский рынок: понятие, структура.
15. Оценка конъюнктуры туристского рынка.
16. Определение емкости туристского рынка.
17. Туристский продукт: понятие, структура, виды.
18. Позиционирование туристского продукта.
19. Жизненный цикл туристского продукта.
20. Конкурентная среда туристской организации.

10.2. Примерные вопросы к экзамену

1. Элементы анализа конкурентов туристской организации.
2. Построение конкурентной карты туристского рынка
3. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.
4. Мотивы поведения потребителей туристских услуг.
5. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.
6. Признаки сегментации туристского рынка
7. Выбор целевого рынка туристской организацией.
8. Формирование продуктовой стратегии туристской организации.
9. Оптимизация структуры предлагаемых продуктов и услуг туристской организации.
10. Новые продукты в маркетинговой деятельности туристской организации.
11. Основные этапы разработки нового туристского продукта.
12. Внедрение нового туристского продукта на рынок.
13. Цена в комплексе маркетинга туристской организации.
14. Внешние факторы процесса ценообразования.
15. Постановка целей ценообразования.
16. Выбор метода ценообразования.
17. Определение и реализация ценовой стратегии.
18. Формирование сбытовой стратегии туристской организации.
19. Каналы сбыта туристского продукта.
20. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними.
21. Сущность маркетинговых коммуникаций туристской организации.
22. Элементы комплекса коммуникаций туристской организации.
23. Выбор структуры комплекса коммуникаций туристской организации.
24. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной политики туристской организации.

25. Особенности рекламы в сфере туризма.
26. Виды рекламы, применяемой в сфере туризма.
27. Выбор средств распространения туристской рекламы.
28. Разработка рекламного бюджета.
29. Оценка эффективности рекламной деятельности.
30. Личная продажа в маркетинге туристской организации.
31. Процесс личной продажи туристского продукта.
32. Прием клиента и установление контакта.
33. Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.
34. Разработка программы стимулирования сбыта.
35. Тестирование, реализация программы и анализ результатов стимулирования сбыта.
36. Сущность, цели и направления туристской пропаганды.
37. Характеристика выставочных мероприятий.
38. Процесс участия туристской организации в работе выставки.
39. Оформление выставочного стенда туристской организации.
40. Основные понятия и цели формирования фирменного стиля туристской организации.
41. Элементы фирменного стиля туристской организации.
42. Носители фирменного стиля туристской организации.
43. Товарный знак (знак обслуживания): сущность, виды, правовая защита.
44. Организация маркетинга на туристском предприятии.
45. Система маркетингового контроля на туристском предприятии.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд оценочных средств разработан для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и входит в состав основной образовательной программы 43.03.02 Туризм (квалификация (степень) «бакалавр»), реализуемой при подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «АГГПУ имени В.М. Шукшина». Фонд оценочных средств предназначен для проверки сформированности компетенций, заявленных в программе дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом 43.03.02 Туризм (квалификация (степень) «бакалавр»).

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Компетенции, этапы	Показатели	Оценочные средства
УК-1 I этап	Знать: • Механизмы и методики поиска, анализа и синтеза информации, включающие системный подход в области образования (3.1) • Методики постановки цели и способы ее достижения, научное представление о результатах обработки информации (3.2); Уметь: • Анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи (У.1); • Находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи (У.2). • Рассматривать возможные варианты решения	Практико-ориентированное задание, тест

	задачи, оценивая их достоинства и недостатки (У.3). Владеть: • Методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них (В.1); • Механизмами поиска информации, в том числе с применение современных информационных и коммуникационных технологий (В.2)	
ОПК-4 I этап	<i>Знать:</i> - теоретические основы маркетинга в туристской индустрии (3.1) - основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения (3.2) <i>Уметь:</i> - оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии (У.1) - применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности (У.2) <i>Владеть:</i> - навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов (В.1) - формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет (В.2)	Практико-ориентированное задание, тест

Компетенция УК-1 с указанием этапа формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Компетенция УК-1 (Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач) формируется на первом этапе в процессе изучения дисциплин: *Технологии продаж, Индустрия мирового туризма, модуль дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности.*

Компетенция УК-1 продолжит формироваться на следующих курсах в процессе прохождения итоговой государственной аттестации (выполнение и защита выпускной квалификационной работы).

Типовые контрольные задания для оценки сформированности данной компетенции направлены на демонстрацию бакалавров готовности участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

Практико-ориентированное задание:

Задание 1. Найдите в Интернете примеры абсолютно новых услуг и попробуйте спрогнозировать тенденции их дальнейшего развития.

Задание 2. Рассмотрите любую услугу как многоуровневую систему.

Задание 3.Приведите примеры мероприятий по повышению степени осязаемости услуги.
 Задание 4.Выберите любую существующую на рынке услугу и предложите для нее комплекс мероприятий по удержанию этой услуги на стадии зрелости.
 Задание 5.Найдите в литературе подтверждение ускоряющегося развития сферы услуг в России

Тест:

Вопрос:

Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...

Варианты ответа:

1. идея маркетинга
2. **цель маркетинга**
3. функция маркетинга
4. стратегия маркетинга
5. стратегия менеджмента

Вопрос:

Назовите функцию, которая предполагает организацию производства новых товаров, управления качеством конкурентоспособностью продукции

Варианты ответа:

1. продаж
2. управления и контроля
3. **производственная**
4. спроса
5. предложения

Вопрос:

Назовите составляющие комплекса маркетинга

Варианты ответа:

1. товарная политика
2. **товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика**
3. сбытовая политика
4. коммуникативная политика
5. ценовая политика

Вопрос:

Назовите функцию, которая предполагает организацию системы товародвижения и сервиса

Варианты ответа:

1. организационная
2. управленческая
3. производственная
4. **сбытовая**
5. контрольная

Вопрос:

Основные понятия отражающие сущность маркетинга, - это:

Варианты ответа:

1. Нужда, потребность
2. Запрос, товар
3. Обмен, сделка
4. Рынок
5. **Все ответы верны**

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):

-знать:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результата
3.1	Механизмы и методики поиска, анализа и синтеза информации, включающие системный подход в области образования	1. Рассказывает об основных механизмах и методиках поиска, синтеза информации. 2. Приводит примеры применения системного подхода в области образования при поиске и обработке информации
3.2	Методики постановки цели и способы ее	1. Определяет основные методики постановки цели и способы ее достижения

достижения, научное представление о результатах обработки информации	2.Знает и приводит научные примеры результатов обработки информации
--	---

-уметь:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
У.1	Анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи	1. Разрабатывает этапы решения поставленной задачи, выделяя ее основные составляющие 2.Производит разбор задачи с указанием этапов и конечных целей.
У.2	Находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи	1. Анализирует возможные варианты поиска и критического анализа информации
У.3	Рассматривать возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки	1. Анализирует пути решения задачи с их оценкой и критическим анализом недостатков и достоинств 2. Разрабатывает наиболее оптимальные пути решения задачи

-владеть навыками

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В.1	Методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них	1.Способен устанавливать причинно-следственные связи и определять наиболее значимые среди них
В.2	Механизмами поиска информации, в том числе с применение современных информационных и коммуникационных технологий	1. Способен осуществлять поиск информации с применением современных технологий

5. Уровни сформированности компетенции:

Составляющие компетенции (знания, умения, владения (навыки))	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)
3.1	Рассказывает об основных механизмах и методиках поиска, синтеза информации.	Рассказывает об основных механизмах и методиках поиска, синтеза информации. Отсутствуют ответы на дополнительные вопросы преподавателя.	Рассказывает об основных механизмах и методиках поиска, синтеза информации. Отвечает на вопросы с помощью дополнительных наводящих вопросов.	Подробно и самостоятельно рассказывает об основных механизмах и методиках поиска, синтеза информации.. В ответе присутствует дополнительная информация (не из лекций).
	Приводит примеры применения системного подхода в области образования при поиске и обработке информации	Приводит примеры применения системного подхода в области образования при поиске и обработке информации с помощью	Приводит примеры применения системного подхода в области образования при поиске и обработке	Самостоятельно приводит примеры применения системного подхода в области образования при поиске и обработке информации.

		преподавателя.	информации с минимальной помощью (наводящими вопросами).	
3.2	Определяет основные методики постановки цели и способы ее достижения	Определяет основные методики постановки цели и способы ее достижения с помощью преподавателя.	Определяет основные методики постановки цели и способы ее достижения с минимальной помощью (наводящими вопросами).	Самостоятельно определяет основные методики постановки цели и способы ее достижения.
	Знает и приводит научные примеры результатов обработки информации	Приводит научные примеры результатов обработки информации с помощью преподавателя.	Перечисляет особенности научных примеров результатов обработки информации с минимальной помощью (наводящими вопросами).	Подробно приводит научные примеры результатов обработки информации самостоятельно
У.1	Разрабатывает этапы решения поставленной задачи, выделяя ее основные составляющие	Разрабатывает этапы решения поставленной задачи, выделяя ее основные составляющие допущено несколько ошибок.	Разрабатывает этапы решения поставленной задачи, выделяя ее основные составляющие допущено несколько ошибок в оформлении.	Разрабатывает этапы решения поставленной задачи, выделяя ее основные составляющие без ошибок.
	Производит разбор задачи с указанием этапов и конечных целей	Допускает более двух ошибок при разборе задач с указанием этапов и конечных целей.	Допускает не более двух ошибок при разборе задач с указанием этапов и конечных целей.	Без ошибок производит разбор задачи с указанием этапов и конечных целей
У.2	Анализирует возможные варианты поиска и критического анализа информации	Анализирует возможные варианты поиска и критического анализа информации на одном примере.	Анализирует возможные варианты поиска и критического анализа информации на двух-трех примерах.	Анализирует возможные варианты поиска и критического анализа информации на более чем четырех примерах.
В.1	Способен устанавливать причинно-следственные связи и определять наиболее значимые среди них	Допускает не более двух ошибок в причинно-следственных связях и определении наиболее значимые среди них	Допускает не более одной ошибки в причинно-следственных связях и определении наиболее значимые среди них	Без ошибок устанавливает причинно-следственные связи и определяет наиболее значимые среди них
В.2	Способен осуществлять поиск информации с	Способен осуществлять поиск информации	Способен осуществлять поиск	Способен осуществлять поиск информации с применением

	применением современных технологий	традиционными способами	информации с применением современных технологий	современных наиболее эффективных технологий
--	------------------------------------	-------------------------	---	---

Компетенция ОПК-4 с указанием этапа формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Компетенция ОПК-4 (Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта) формируется на первом этапе в процессе изучения дисциплин: *Технологии продаж, Индустрия мирового туризма, модуль дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности.*

Компетенция ОПК-4 продолжит формироваться на следующих курсах в процессе прохождения итоговой государственной аттестации (выполнение и защита выпускной квалификационной работы).

Типовые контрольные задания для оценки сформированности данной компетенции направлены на демонстрацию бакалавров готовности участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий).

Практико-ориентированное задание:

Анкетирование как механизм мониторинга удовлетворенности потребителей.

Цель – оценка качества туристских услуг.

Разработайте Анкету для исследования потенциальных клиентов, с целью оценки качества предоставляемых услуг и выявления недостатков деятельности туркомпаний города. Правила заполнения анкеты. Предложите респондентам несколько вопросов, с выбором вариантов ответа. Определите социально-демографические данные респондентов, оцените качество предоставляемых услуг туркомпаниями города, потребности и возможности потенциальных клиентов учебной турфирмы. Проведите анкетирование. Результаты представьте перед аудиторией.

Тест:

Вопрос:

Стимулирующий маркетинг применяется:

Варианты ответа:

1. при отрицательном спросе;
2. скрытом спросе;
3. **отсутствии спроса;**
4. нерациональном спросе;
5. всем вышеперечисленным.

Вопрос:

Противодействующий маркетинг применяется:

Варианты ответа:

1. при чрезмерном спросе;
2. **нерациональном спросе;**
3. падающем спросе;
4. отрицательном спросе.
5. все выше перечисленные

Вопрос:

Маркетинговое исследование — это:

Варианты ответа:

1. то же самое, что и «исследование рынка»;
2. **сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем;**
3. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;

4. исследование маркетинга.
5. Все ответы верны

Вопрос:

Способом связи с аудиторией, характеризующимся низким возвратом данных, является:

Варианты ответа:

1. телефон;
2. интервью;
3. эксперимент;
4. **почта.**
5. Все ответы верны

Вопрос:

Макросреда маркетинга обусловлена:

Варианты ответа:

1. **состоянием экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды**
2. деятельностью поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;
3. существующим законодательством;
4. деятельностью государственных органов управления.

Вопрос:

На собрании административно – управленческого персонала директор швейного предприятия сформулировал несколько задач, одна из которых непосредственно относится к службе управления маркетингом. Это задача:

Варианты ответа:

1. определить стратегию развития предприятия;
2. Разработать план технического перевооружения предприятия;
3. **дать предположительное описание товаров и услуг, которые предприятию следует изготавливать;**
4. разработать план социального развития предприятия.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):

-знать:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
3 1	теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии
3 2	основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения

-уметь:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
У1	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии
У2	применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности

-владеть навыками

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В1	навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов

	системы новых экскурсионных маршрутов	
В 2	формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских продуктов и услуг

Уровни сформированности компетенции:

Составляющие компетенции (знания, умения, владения (навыки))	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)
3.1	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
3.2	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

У-1	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
У-2	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
В-1	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
В-2	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских продуктов и услуг	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

Контрольное задание оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в пяти балльную шкалу в соответствии с действующим на текущий момент Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов:

- оценка «5» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 87–100 % типового задания;
- оценка «4» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 75–86 % типового задания;
- оценка «3» выставляется в случае, если студент выполнил правильно 60–74 % типового задания;
- оценка «2» выставляется в случае, если студент выполнил правильно менее 60 % типового задания.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Целью промежуточной аттестации по дисциплине является оценка уровня сформированности компетенций согласно учебному плану, а также усвоения обучающимися соответствующих знаний, приобретения умений, навыков и опыта деятельности.

Процедура оценивания охватывает обучающихся, изучающих дисциплину. Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины. Оценка уровня сформированности компетенций на этапах их формирования определяется на основании выполнения практико-ориентированных заданий. Оценивание практико-ориентированных заданий проводится в соответствии с приведенными критериями:

Практико-ориентированное задание: включает аннотацию, описывающую решаемое задание, постановку практико-ориентированной проблемы (1000-1200 знаков с пробелами); письменный отчет о выполненном задании, включающий сопутствующие факты, положения, варианты, альтернативы, а также иллюстративный материал, схемы, используемые источники информации (не менее двух листов А4); вывод по итогам выполнения практико-ориентированного задания (не менее одного листа А4).

Решение практико-ориентированных заданий осуществляется обучающимися согласно следующим этапам: сбор материалов; обобщение информации; решение; вывод.

На основании выполненных работ оценивается уровень сформированности компетенций на этапах их формирования в рамках изучения дисциплины, а также уровень знаний, умений, навыков и опыта деятельности. Результаты проведения процедуры в установленном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и электронные ведомости, и представляются в деканат факультета. По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.